

面对 FDI：中国零售服务产业组织政策的选择

刘根荣

【摘要】 外商直接投资在中国零售服务领域的迅速发展趋势，对中国零售服务产业组织的演变产生了深远的影响，即增强了国内零售服务业有效竞争的市场效果，又可能导致外资零售巨头对中国零售服务市场的垄断。为了有效利用外资，就必须制定一套相互协调的零售服务产业组织政策。

【关键词】 FDI 零售服务产业 产业组织 产业组织政策

【中图分类号】 F713.32 **【文献标识码】** A **【文章编号】** 1671-6728(2003)04-0043-04

一、中国零售服务领域外商直接投资（FDI）的发展趋势

在我国加入世贸组织的协议中，关于零售服务，我国政府承诺在烟草销售不开放的前提下，加入世贸后一年内允许外商设立合营公司，从事书报杂志、药品、农药、农膜、化肥、成品油以外所有进口和国产品的零售业务，五年内取消上述7种商品的经营限制；加入世贸后二年内允许外商控股；三年取消合营公司数量、地域、股权和企业设立方式方面的限制；五年内除了经营少数重要商品和仓储式超市业态的30家店铺以上的连锁企业仍由中方控股外，取消其他一切限制。我国还承诺加入世贸后允许外国公司通过特许经营形式进行营销活动，并在三年内取消特许经营方面的所有限制。受我国零售业具体开放时间（见表1）安排的影响，跨国零售巨头纷纷抢点布局，外商直接投资的发展趋势呈现以下明显特征：

1、投资主体多元化、跨国化，经营连锁化。进入我国零售服务领域的外商投资主体除了来自香港、台湾地区外，国际上50家最大的零售企业已有三分之二进入中国市场。其中，世界500强排名第一的美国沃尔玛公司、世界零售业排名第二的法国家乐福、世界零售业排名第三的德国麦德龙，此外国际著名的伊藤洋华堂、欧尚、好又多、万客隆等均已在中国开设零售公司或分店，且多以连锁经营为主。

2、投资区域主要集中发达地区城市“高端市场”，并有从沿海向中西部地区、中心城市向中小城

市扩张的趋势（见表2）。由于城乡经济二元结构的影响，中国消费市场主要集中在城市，与农村市场相比，城市市场无疑是“高端市场”。而且，越是大城市，经济越发达，居民购买力越强。因此，外资零售企业对零售市场的争夺，总是先抢占大城市，再攻中等城市，最后才可能进入小城市。又由于受中国零售服务领域开放步伐以及东、中、西部区域经济发展不平衡的约束，目前外资零售企业主要集中在珠江三角洲、长江三角洲、北京附近等富裕地区的大中等城市，但随着入世后开放步伐加大和投资区域约束的解除，各跨国零售巨头必将在中国启动全方位的进军战略。

3、投资规模扩张迅速，呈现抢滩性投资趋势。集中投资、规模经营是跨国零售企业占领国际市场的投资策略，尽管目前外商在中国零售领域的投资还未构成全面的威胁，但这种趋势已完全显现。在入世前后跨国零售企业对中国消费市场中掀起了“圈地”浪潮，抢滩性投资异常迅猛。仅以跨国零售企业在厦门的投资增长速度为例，从入世至今不足1年的时间内，沃尔玛、好又多、麦德龙等相继进入厦门市场，其中沃尔玛更是同时开展两家分店，第三家在厦门的分店开设已进入紧锣密鼓之中。

4、经营战略上，跨国零售企业实现了产业内贸易一体化经营体系，实施全球贸易战略。跨国零售拥有遍布世界各地的众多的子公司与分店，形成了供应链、贸易、销售、信息等一体化的全球性经营网络，通过现代通讯手段（如计算机网络技术、卫星通讯

等)，由公司总部统一指挥与调配，形成产业内贸易一体化经营销售体系，进行统一供应、统一配送、统一销售、统一结算等，面对世界市场考虑全球经营战略，使跨国公司获得最大收益。

表 1 我国零售业开放时间表

限制项目	加入世贸时	1 年内	2 年内	3 年内
地域	允许外资零售企业在郑州、武汉设立合资企业	允许外资零售企业在 5 个经济特区（深圳、珠海、汕头、厦门、海南）及天津、广州、大连、青岛设立合资企业	开放城市扩大到所有省会城市以及宁波	取消地域限制
企业和门店数量	——	在以上各开放城市不超过 2 家，在北京、上海不超过 4 家	取消数量限制	——
控股比例	——	——	取消控股比例限制	——

（资料来源：经济日报 2002 年 6 月 13 日第 2 版）

表 2 部分外资零售企业在中国的城市分布（2001 年底）

外资零售企业	业态	店铺数	主要分布城市
沃尔玛	超级中心、仓储店	19	深圳、昆明、沈阳、大连、广州、厦门等
家乐福	特级市场	28	上海、北京、天津、沈阳、大连、重庆、武汉、南京、宁波、无锡、青岛、珠海、东莞等 15 个城市
麦德龙	仓储店	14	上海、南京、武汉、成都、杭州、宁波、无锡、福州等
好又多	大型超市	31	广州、成都、北京、杭州、福州等
太平洋百货	百货店	9	上海、北京、成都、重庆、大连等 5 城市
百盛购物中心	百货店	21	北京、上海、广州、大连、沈阳、青岛、武汉、重庆、成都、贵阳、昆明、兰州、西宁、合肥等 21 个城市

（资料来源：转引《商业经济与管理》2002/3 第 5 页）

二、中国零售服务产业组织政策的选择

从《外商直接投资对中国零售服务产业组织的影响》一文的分析中，我们可以看到零售服务领域外商直接投资的发展趋势将对中国零售服务产业组织演进的产生的双重影响：一方面可以通过提高市场集中度、产品差异程度、市场进入壁垒来促使中国零售业市场结构合理演进，改善中国零售业的市场绩效；另一方面，却又可能恶化竞争环境，形成外资零售业对中国市场的垄断。在 2001 年底，麦肯锡曾抛出一份具有轰动效应的调查报告，认为入世后 3 到 5 年内，中国零售业 60% - 80% 的市场份额将为外资所占据。这不得不引起我们足够的担忧。为了积极有效利用外资，我们必须加紧制定一系列协调的零售服务产业组

织政策。

所谓产业组织政策，是指为了获得理想的市场效果，由政府制定的干预市场结构和市场行为，调节企业间关系的公共政策。产业组织政策的实质是协调竞争与规模经济之间的矛盾，以维持正常的市场秩序，促进有效竞争态势的形成。产业组织政策大致分为两类：一类是鼓励竞争、限制垄断的竞争促进政策，它着眼于维持正常的市场秩序；另一类是鼓励专业化和规模经济产业合理化政策，它着眼于限制过度竞争。中国零售服务产业组织政策的选择应以这两类政策为取向，保证零售产业组织演变的方向，保证零售服务领域对外商直接投资的有效利用。具体而言：

1、制定反垄断政策。从现状来看，尽管外资零售企业在某些业态的零售领域占据了相当的市场份额

且影响了中国零售业的市场集中度，但是同世界发达的市场经济国家相比，我国零售业的市场集中度还比较低，还没有形成垄断的现实。另外，由于零售产业本身的特性决定了其市场集中度较低。因此，零售服务产业的反垄断政策应着眼于规范零售企业的市场行为的角度来抑制企业的垄断行为。我国应加紧《反垄断法》的出台，以法律的形式规定：任何人垄断或企图垄断，或与他人联合、共谋垄断市场的行为都是违法犯罪行为。针对当前国内还广泛存在的行政性市场垄断行为，《反垄断法》同样必须要有相应的严格的惩罚措施。《反垄断法》的出台将有效地预防外资零售企业的对中国市场的垄断。

2、制定反不正当竞争政策。近几年来，由于我国零售服务产业集中度较低，又加上外资零售企业对市场份额的争夺，因此业内普遍存在过度竞争的现象，致使各种不正当的价格竞争、促销竞争频频发生，甚至有的企业不择手段以欺诈、盗取竞争对手商业秘密的方式进行非法竞争。国内零售业这种无序竞争又为外资零售企业在中国市场上的扩张提供了更多的可乘之机。这迫切需要加大对《反不正当竞争法》、《价格法》等法律法规的执法力度；同时完善零售服务产业的反不正当竞争政策来约束企业的竞争行为，就零售企业定价、促销、商业秘密等制定出一系列的政策法规，从而抑制零售服务产业的无序竞争，实现有效竞争，以达到削减国内零售业的内部摩擦，提升其整体竞争力，阻止外资零售企业在中国市场上扩张的目的。制定《反倾销法》，严禁国外商品凭借外资零售企业的销售网络在中国低价倾销。

3、制定零售企业兼并、联合政策。国内零售企业之间的兼并，既可以减少中国零售业整体的企业数量，扩大现存企业的规模；又可以使得兼并方企业迅速接管被兼并方企业的市场，实现低成本的扩张。因此，企业兼并政策是政府用来抑制企业间过度竞争，形成大规模企业，提高市场集中度，实现规模经济的重要手段。政府制定零售企业兼并政策的重点在于促进零售企业间的兼并活动，从税收、金融、财政、债务重组、人员安排等多方面予以支持优势企业对劣势企业的兼并。对于缺乏资本实力的广大中小零售企业而言，更现实的选择是走企业联合之路。根据联合的紧密程度，企业联合可以分为建立企业间的专业分工体系和组织企业集团两大类型。前者以经营业务为纽带，通常不涉及企业资产关系的企业联合，后者则以资产和业务两重纽带形成的企业联合。无论哪一种企业联合，都有利于将企业竞争从无序引向有序，从分

散引向集中，变过度竞争为适度竞争，实现规模经济。借鉴日本政策颁布的《企业合理化促进法》、《中小企业团体组织法》、《中小企业等协同组合法》、《中小企业法》等法规政策，加紧制定中国零售企业联合的相关法律政策。要打破“条块分割”的约束，通过组建跨地区、跨部门的大型零售企业集团，对于不具备建立企业集团这种紧密型联合方式的企业，也可以组建较为松散的联合关系，采取统一联网、信息共享、统一退换修商品等合作。这些都有利于减少企业的无序竞争，降低交易费用，提高规模经济，增强国内零售企业与外资零售巨头的竞争能力。

4、制定中小零售企业发展政策。中小零售企业在各国都占大多数，即使发达的市场经济国家也不例外。例如，日本 1995 年零售业的中小企业数量比例在 80 % 以上，其销售额所占比例在 78 %。从中国国内零售业的现状而言，中小零售企业的数量过于庞大，造成过低的市场集中度，但这并不意味着国内中小零售企业就不需要政策的扶持。如果没有大量中小企业的存在和发展，就不会有竞争活力，不会有真正的自由竞争市场经济制度。我们要辩证地看待当前国内中小零售企业发展中存在的问题。一方面要制定有效的政策来解决中小企业数量过度问题（如兼并、联合政策），另一方面要制定中小企业发展的扶持政策，解决它们与大企业特别是与跨国零售巨头竞争不利的问题。我国最近颁布了《中小企业促进法》，这将为广大的中小零售企业带来福音。我们要进一步深化中小零售企业政策扶持体系，借鉴日本政府的作法，从法律法规、管理机构、管理服务上予以完善。如针对外资零售巨头在中国市场的抢滩性投资，应加紧制定《大规模零售店法》，对大型零售企业的开业、选址、店铺的扩建、营业时间、促销活动、赠送纪念品等行为进行限制；建议在中央、省、市中设置相应的中小零售企业的管理机构，鼓励成立地方中小零售企业行业协会；要通过相应的政府机构和行业协会，从资金、技术、情报、人才培训等方面为中小零售企业提供服务，协调解决大中小企业间的矛盾；鼓励中小零售企业分类发展：或成为大企业乃至跨国公司的战略伙伴、或联合组建中小企业集团增强竞争实力、或保持“小而特”占领特定市场；加大扶持力度推动高成长型的中小连锁企业的快速发展；以及率先统一内资零售企业的国民待遇；等等。

5、制定国内零售企业国际化经营政策。零售业国际化经营是一个双向过程，是一国零售服务领域资本的双向流动。加入 WTO 以后，（下转第 15 页）

即传统的制造业项目。但近年来,随着跨国公司来华投资领域重点的转移,再加上我国经济发展重心已由原来的主要扩大生产能力转为提高有效供给能力,这从客观上要求我国对于吸收跨国公司投资的产业政策重心也应相应转变,应由原来鼓励生产型外商投资转为鼓励能够提高经济增长质量的跨国公司投资,即关联效应强的服务业领域及制造业中的高新技术领域的跨国公司投资。对一些国家重点发展的行业,如新兴产业和技术空白的行业,可以采取适当放宽或不采取股权比例要求等优惠措施,以鼓励跨国公司投资,促进这些产业的成长。应逐步放宽在商业、外贸、运输、教育、医疗、保险、金融、电信及各类中介机构等服务贸易领域对跨国公司的投资限制。同时,从财政税收、货币信贷等方面鼓励国内外资源流向高新技术产业。

(二) 鼓励企业的技术创新与技术进步,不断促进产业的技术升级

一般来说,跨国公司转移技术的水平与我国合作企业的技术水平成正比,为保持公司产品在国际市场中的竞争力,跨国公司会依据子公司的技术进步逐步提升对子公司的技术转移水平。因此,为促进跨国公司技术的加速转移,保持我国企业的国际竞争力,并使我国企业不断向高技术密集方面提升,我国应进一步加大对企业技术创新和开发的扶持力度,采取切实可行的政策措施鼓励和推动企业的设备更新、技术改

造和员工培训,促进产业技术升级。

(三) 积极引导跨国公司改造传统产业,不断提高产业竞争力

我国的一些传统产业如纺织、轻工、钢铁等在我国国民经济中一直占据着重要地位,但也一直存在着技术程度低、竞争力弱的问题。为此我们应及时加强对传统产业的改造,协调好外资政策和产业政策,充分发挥在华投资的跨国公司在这方面的积极作用。利用跨国公司对纺织、轻工、部分机械、钢铁等传统产业进行改造,有重点、有步骤地发展高新技术产业,以高新技术产业带动传统产业的发展,通过新设备、新工艺、新配方的开发和应用,提高竞争优势借此带动整个产业的升级换代,促进产业竞争力的提高。

(四) 鼓励跨国公司对基础设施、教育、科学研究投资

我国要实现产业结构升级这一目标就必须致力于先进基础设施、技术型人才资源、大学与研究机构等高级生产要素或专业型生产要素质量的改善。从这一角度看,我们应把跨国公司引入基础设施建设、投资于大学教育和与国内科研院所建立投资联盟,从而促进高级生产要素的培育,使我国获得发展高新技术产业的动态比较优势,并使传统产业获得持久的竞争优势,从而达到产业结构优化调整。

(作者单位:佛山科学技术学院经济管理学院。
邮编:528000)

(上接第45页)

中国零售业的国际化经营趋势加强,主要体现在国内零售市场国际化的步伐加快:即零售服务领域外商直接投资的快速增长。这种单向的国际化经营趋势不利于中国国内零售企业的发展。国内零售企业必须利用好“两个市场、两种资源”,立足国内市场的同时,积极开拓国际市场。国际市场的拓展,无疑将为国内零售企业提供广阔的生存和发展空间,为中国造就世界级的跨国零售企业提供了极大的可能。但鉴于国内零售企业只能从事内贸,缺乏必要的商品进出口权,且受资本实力单薄、国际化经营经验不足的制约,其拓展国际市场方面还难有大的作为。因此,国家必须制定旨在鼓励国内零售企业积极参与国际化经营的优惠政策。授予大中型零售企业外贸自主权,并在资金、税收、人才引进政策方面制定优惠措施,并通过驻外商赞、大使馆提供必要的市场信息、为国内零售企业走出国门铺路搭桥。

6、制定合理的市场准入政策。加入WTO以后,中国在认真履行承诺承担义务的同时,要根据国际惯例建立合理适度的市场准入政策。首先,在近阶段制定开放政策时,应根据中国国内零售服务产业的对外开放度,合理安排入世后中国零售业3-5年保护期的市场准入壁垒,把握好零售服务业对外开放的“节奏”和“度”,作好现时有限开放向未来整体开放的平稳过渡。其次,要立足于中国零售服务产业的长远发展,制定合理的市场准入政策。如对于关系国计民生的重要商品的经营者进行资格审查制;加强城市商业规划;出台《大规模零售店法》;制定最小规模经济标准,规定某种经营业态(如大型百货店或大型超市)的企业达不到经济规模要求就不得进入;以及特殊时期政府对大中型企业数量的直接管制;等等。

(作者单位:厦门大学经济研究所。
邮编:361005)